

Зростання виробництва відзначається тільки в гірничорудній підгалузі, що вказує на сировинну спрямованість економіки. При цьому виробництво залізорудної сировини на 30-35 % перевищує потреби металургійних підприємств. Завантаження потужностей з виробництва металопродукції підвищеного ступеня готовності (труб, сортового, листового прокату) значно нижче за рівень завантаження агрегатів первинних переділів. Так, станом на січень 2014 р. рівень завантаження потужностей в Україні становить 68,0 %, що нижче світового показника. При цьому завантаження сталеплавильних агрегатів склало 77,7 %. Якщо за підсумками 2007 р. сумарна частка заготовки і сляба в металоекспорті становила 42 %, то під час кризи у 2009 р. цей показник збільшився до 49 %, а в 2013 році він склав 46,7 %.

Для підвищення конкурентоздатності галузі, зниження енергоємності виробництва в 2004-2013 роках реалізовано інноваційно-інвестиційні проекти, спрямовані на технічне переоснащення та модернізацію підприємств, на загальну суму понад 76 млрд. грн. Найбільший обсяг інвестицій припадає на докризовий 2007 рік – 13,37 млрд. грн. У 2013 році нестабільність світового ринку призвела до падіння обсягів інвестицій до мінімального рівня 6 млрд. грн. Проте, не дивлячись на складний стан ГМК, за обсягами виробництва сталі та чавуну Україна продовжує стабільно займати місце в десятці провідних країн світу та 4-е місце в світовій торгівлі металопродукцією.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

Г. Н. Патошина, стар. преподаватель, ГВУЗ «ПГТУ»

Отношение компании к социальной ответственности может быть разным – от благоприятного до враждебного. Следует учесть наличие аргументов «за» и «против» социальной ответственности.

С одной стороны, компании, которые стараются принимать социально ответственные решения, несут определенные издержки, поскольку деятельность, основанная на таких решениях, требует значительных материальных средств (например, установка очистных сооружений, увеличение фонда оплаты труда, благоустройство, восстановление и развитие инфраструктуры городов, помощь учебным и медицинским учреждениям, развитие спорта и т.д.). Вот почему социальная ответственность имеет свои пределы.

С другой стороны, ответственность по отношению к обществу делает компанию более жизнеспособной. Между бизнесом и обществом установилась следующая связь: долгосрочная жизнеспособность компании зависит от того, насколько успешно она несет свою ответственность перед обществом, частью которого сама является. И наоборот – благосостояние общества зависит от существования прибыльных и ответственных предпринимательских структур.

Теоретической основой разработки принципов корпоративной социальной ответственности является «железный закон ответственности» Кита Девиса, Кодекс поведения Салливана, исследования американских и английских университетов. Они нашли отражение в Глобальном договоре ООН, включающем 10 принципов в сфере прав человека, трудовых отношений, охраны окружающей среды и противодействия коррупции. Данная система дополняется региональными и отраслевыми ограничениями по выбросам парниковых газов (Global Sectoral Approach), по использованию различных химических веществ и соединений (Registration, Evaluation, Authorization and restriction of Chemicals) и т.д.

Как показывают исследования, участие компаний в международных комплексных социальных проектах, предусматривающих соблюдение указанных принципов, позволяет им не только более успешно работать на самых привлекательных рынках, но и наращивать объемы сбыта своей продукции.

УСЛОВИЯ И ИНСТРУМЕНТЫ ЭФФЕКТИВНОЙ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ГМК В УСЛОВИЯХ СНИЖЕНИЯ СПРОСА И ЦЕН НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

А. А. Катаев, к.е.н., доцент ГВУЗ «ПГТУ»,

О. А. Бородецкая, ассистент

Опыт конкурентных предприятий ЕС-27, Р.Ф. и Украины показывает ключевые критерии и инструменты реализации эффективной работы. Анализ состояния и сравнительная динамика технико-экономических показателей передовых компаний ГМК и отрасли за период 2001-2013 годы, в частности Северсталь, ММК, НЛМК, Метинвест, ИСД, ДТЭК и других, создают возможность выявить перспективы рентабельной работы конкурентов. К ним относятся: 1) систематический рост потребности внутреннего рынка на металлопродукцию в строительстве, машиностроении и др. отраслях. Объем внутреннего потребления металла черной и цветной металлургией Р.Ф. составил соответственно 40 и 80 %, а в Украине